LINE WORKS

金融・保険

三島信用金庫

本部の各部署が次々とCXトークに窓口を開設。
営業店の「誰に聞けば」を解消し、回答をナレッジとして蓄積



業務サポート部 システム企画課 課長 長澤 紀之さん（右）
マーケティング戦略部 商品開発課 課長 山田 洋次さん（中）
経営企画部 デジタルイノベーション課 石井 直哉さん（左）

三島信用金庫

目的・効果

電話・メールの削減｜支店・店舗との連絡
ノウハウ共有｜業務の見える化
コンプライアンス・セキュリティ

主な活用機能

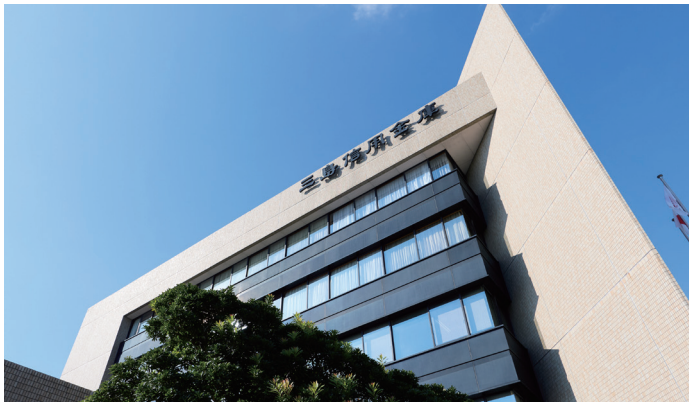
トーク　掲示板

静岡県東部と伊豆半島に50店舗を展開する三島信用金庫。業務の効率化に向けて内線の固定電話をなくし、全職員に業務用スマホを配りました。ただ、その結果、営業店から本部への問い合わせが、事情に詳しい職員や聞きやすい若手職員に集中し、大きな負担となっていました。そこで同金庫は、LINE WORKSのオプション「CXトーク」で本部の各部署に問い合わせ窓口を開設。6窓口から始めた取り組みは各課の協力を得て20窓口に広がり、課全体で問い合わせに答える体制が整いつつあります。

三島信用金庫様の事業の特徴と、DXの取り組みについて教えてください。

石井さん:

当金庫は、静岡県東部と伊豆半島をエリアに50店舗を展開する信用金庫です。お客様・地域、金庫そして従業員が同じように栄えることを願って「共存同栄」を経営理念としています。強みは、店舗網を生かしたお客様との距離の近さです。金融機関はお金を扱うため確認やルールに沿った手続きが多く、業務プロセスが一般の企業以上に重要です。



そうした中で、生産性を高めるDXは欠かせません。当金庫ではIT企業出身の職員を迎えてデジタル推進を始め、現在は非対面チャネルの促進、業務プロセスの改善、DX人材の育成を柱に取り組んでいます。

CXトークの導入前は、どのような課題を抱えていたのでしょうか。

長澤さん:

システム企画課の課長として、システムやネットワークを担当しています。2年ほど前、当時経営企画部門にいた私も携わり、内線の固定電話をなくして全職員に業務用スマホを配りました。電話の取り次ぎで作業の手が止まるロスをなくすことが狙いです。あわせて、お客様とLINEでやりとりする際に職員が私物のスマホを使わずに済むよう、業務用のツールとしてLINE WORKSを導入しました。

取り次ぎのロスをなくすという点で効果はありましたが、思わぬ課題も生まれました。固定電話のように課の番号にかければ誰かが出る、という仕組みがなくなったのです。営業店からの問い合わせは担当者のスマホに直接かける形になり、誰が担当なのかわかりにくく、担当者が休みなら別の人を探してかけ直す必要がありました。

山田さん:
私は商品開発課の課長として、融資や預金などの商品の組成を担当しています。内線がスマホになると、「とりあえず詳しい人にかけよう」と、問い合わせが特定の職員に集中するようになったのです。業務の半分ほどを電話対応に費やしていたこともあります。担当者によって回答が変わってしまうことにも、リスクを感じていました。想定問答をExcelにまとめるなど工夫はしていましたが、電話でのやりとりは課内で共有できません。



長澤さん:
システムへの問い合わせも同じでした。電話では、何を聞かれてどう答えたかという記録が残りません。問い合わせる人が質問を文章で整理して送り、やりとりが記録として残る仕組みが必要だと考えていました。



石井さん:
私は現在、デジタルイノベーション課でCXトークの導入と金庫内への浸透を担当していますが、1年前までは営業店で問い合わせる側でした。お客様からのお問い合わせに対して、営業店の職員では回答や判断ができない場合は、まず本部の担当一覧表を見て、誰に聞けばよいかを調べるところから始まります。年次の高い職員には聞きづらいこともあり、聞きやすい若手職員に問い合わせが集まる傾向もありました。一度丁寧に答えてもらうと、次もその人に聞きたくなります。

CXトーク導入の決め手は何だったのでしょうか。

長澤さん:
金庫内では、LINE WORKSとは別のシステムで、規定類をAIに読み込ませたチャットボットも導入していました。ただ、営業店からの問い合わせには、規定だけでは判断しきれないものも多く、最終的には人が答える必要がありました。一方、LINE WORKSのグループトークでは多くのメンバーの目に触れるため質問しづらく、1対1のトークでは電話と同じで、相手が休みかどうかもわかりませんでした。

山田さん:
私も早い段階から導入を希望していました。判断が求められる質問ほど、時期や答える人によって回答がぶれやすくなります。CXトークならやりとりが文字で残り、課のメンバー全員が見られるため、回答をそろえることができます。担当者を指定して振り分けられる点も使いやすいと感じました。

導入はどのように進めたのでしょうか。

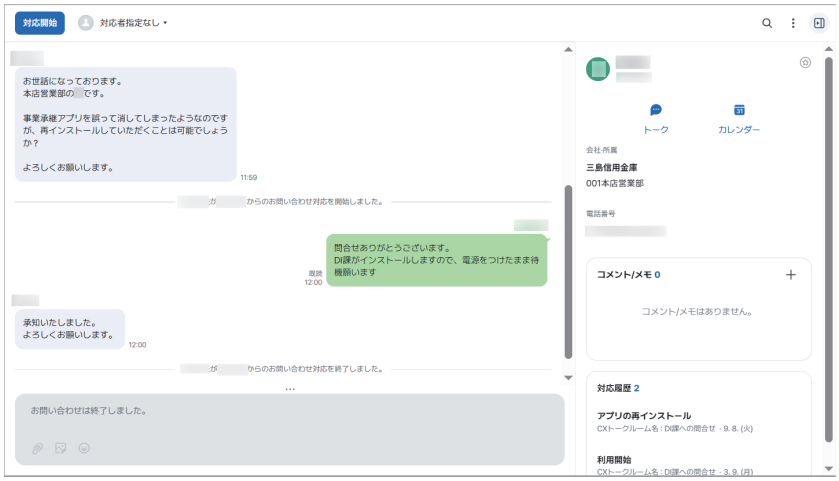
石井さん:
6つの窓口からスモールスタートし、まず、問い合わせを受ける窓口の職員に操作方法や使い方を教えて回りました。問い合わせる側の職員には、電話で話したい場合も、まずはCXトークでその旨を送ってほしいとお願いしました。

「なぜCXトークを使う必要があるのか」と聞かれることもありましたが、回答をナレッジとしてためていけば、将来的に生成AIがそれらを参照して自動で回答できるようになると、将来像を伝えて理解してもらいました。推進役として言ったからには、この取り組みをやり遂げなければと思っていました。浸透に欠かせなかったのが、窓口を持つ各課の協力で





本部の各課が開設したCXトークの窓口一覧。
営業店の職員は、担当者を探すことなく、内容に合った窓口から質問できる



営業店からの問い合わせと本部の回答のやりとり。
問い合わせた職員の所属や過去の対応履歴も、同じ画面で確認できる

す。電話で問い合わせが来るたびに「こうした問い合わせはCXトークでお願いします」と案内してくれたことで、少しずつ定着していきました。



山田さん:
商品開発課でも、電話をかけてきた職員には、急ぎでなければCXトークで質問してほしいと毎回伝えてきました。

窓口はどのように20まで広がったのでしょうか。

石井さん:
6窓口で運用するうちに金庫内でCXトークの認知が広がりました。ナレッジをためられるといった強みも伝えやすくなったため、各課を集めた説明会を開いて、改めて参加する窓口を募りました。若手職員に問い合わせが集まりやすい課には、課の全員で回答できるメリットを伝えて後押ししています。説明会の後には各課から相談が相次ぎ、窓口は一気に20に広がったのです。

職員から個人的な相談が多く寄せられる人事の窓口は、以前から必要だと考えていた窓口の1つです。同じ経営企画部の主計課も「うちも作る」と手を挙げてくれました。運用を見守るため私も窓口に入っていましたが、営業店が地域のイベントに参加した際の経費精算など、年に数回しかない処理の問い合わせが意外なほど寄せられています。領収書の写真も送れるため、やりとりしやすいようです。

CXトークの導入で、どのような効果が出ていますか。

石井さん:
まず、営業店の職員が本部に問い合わせやすくなりました。以前は担当者を調べて電話をかけていましたが、今は担当者を探さずに窓口へ質問を送るだけで、課の誰かが答えてくれます。問い合わせのハードルが下がったという声は、営業店の職員からも聞いています。一方、窓口側にもメリットがありました。窓口の職員39名に行ったアンケートでは、対応漏れや引き継ぎ漏れの防止に役立つと答えた職員が76.9%に上りました。

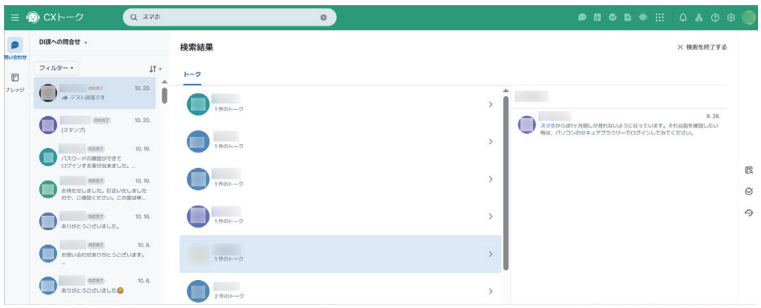
特に効果を感じているのが、繰り返し寄せられる質問への回答が早くなったことです。初めての問い合わせは、規定を調べたり詳しい職員に聞いたりと時間がかかります。一度回答した内容は履歴に残るため、同じ質問には担当者が過去の回答を引用して返せます。体感では、10分、15分かかっていた回答が1分もかからなくなりました。

長澤さん:
質問が文章で整理されて届くようになり、何を聞きたいのかがつかみやすくなりました。システム企画課に届く問い合わせは、半分ほどが同じような内容です。以前の回答をトーク履歴からコピーして貼り付ければ済むため、回答業務が大きく効率化しました。

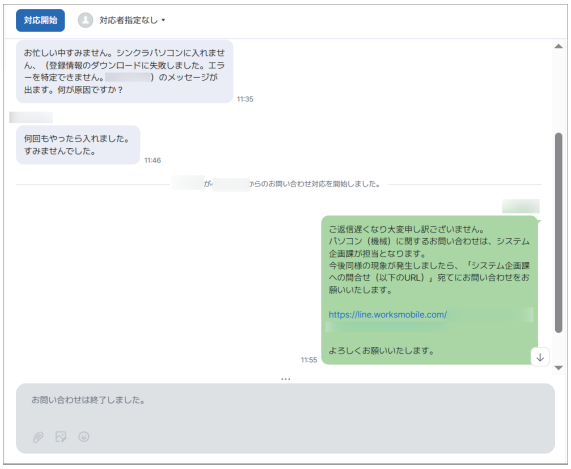
山田さん:
急ぎでない問い合わせはCXトークに移り、緊急性の低い問い合わせの電話は減ってきました。キーワードで検索すると過去の回答が出てくるため、それに手を加えて回答しています。信用金庫は3年ほどで異動があり、課のメンバーも入れ替わります。新しく窓口に加わった職員が、過去の回答を見て「こう答えればよいのか」と学べるため、やりとりの履歴が新しいメンバーの習熟にも役立っています。

日々の運用で工夫されている点はありますか。

石井さん:
CXトークは、窓口ごとに問い合わせ用のリンクを発行できます。ほかの課が担当する問い合わせが届いたときは、その課の窓口のリンクを添えて回答しています。問い合わせた職員はリンクから迷わず正しい



キーワードで過去の回答を検索した画面。
似た質問への回答を参考に、手を加えて素早く回答している



ほかの課が担当する問い合わせには、その課の窓口のリンクを添えて回答。
問い合わせた職員はリンクから正しい窓口に質問できる

窓口に質問できます。私が出す通知にも、窓口のリンクをQRコードにして添え、「わからなければここから問い合わせてください」と案内しています。回答に掲示板の記事のリンクを添えることもあります。LINE WORKSとCXトークの連携のしやすさを生かした使い方を広めていきたいと考えています。

今後の展望をお聞かせください。

長澤さん:

問い合わせのやりとりがたまってきたため、生成AIで分析し、よくある質問をひと目でわかる形で示していきたいと考えています。

石井さん:

規定類を読み込ませたAIチャットボットとCXトークの入口を、1つにすることも検討しています。まずチャットボットが回答し、解決しなければCXトークで人が対応する流れです。DXの最終的な目的は、生み出した時間をお客様への対応に充て、提供する価値を高めていくことです。地域の事業者の皆様のDXを支援するためにも、まずは当金庫が率先して取り組んでいきます。

山田さん:

究極の目標は、質問がCXトークに届く前に解消されることです。本部で対応できる人材が限られていく中でも、誰が聞いても同じ答えが得られるナレッジの仕組みを整えていきたいと考えています。そのための土台を、CXトークで積み上げているところです。

※掲載している内容、所属やお役職は取材を実施した2026年10月当時のものです。

提供元

LINE WORKS株式会社
line-works.com

販売パートナー

LINE WORKS